

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГИИ

Кафедра социокультурных практик и коммуникаций

ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИА АУДИТОРИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

51.04.01 «Культурология»

Код и наименование направления подготовки/специальности

Цифровая культура и социальные коммуникации

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Теории и практики исследования медиа аудиторий
Рабочая программа дисциплины

Составитель:
канд. культурологии, преподаватель В.В. Плужник

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры социокультурных практик и коммуникаций
№ 9 от 21.02.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины	5
4. Образовательные технологии	6
5. Оценка планируемых результатов обучения	7
5.1 Система оценивания	7
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	7
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	9
6.1 Список источников и литературы	9
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	10
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	10
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	10
9. Методические материалы	11
9.1 Планы семинарских занятий	11
9.2 Иные материалы	13
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	14

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины состоит в том, чтобы сформировать у студентов представление о подходах к изучению аудитории традиционных и новых медиа, сформированных как в академической среде, так и в рамках прикладных, прагматических исследований XX-XXI вв.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть становление направления исследований медиа аудиторий;
- очертить спектр подходов к изучению аудитории традиционных медиа (радио, телевидение, печатная процесса);
- проблематизировать позицию зрителя/читателя/слушателя в контексте производства и восприятия медиатекстов;
- сформировать представление о подходах к изучению аудитории новых (цифровых) медиа.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует возможные стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом параметров социокультурной среды	Знать: историю становления медиа и их аудитории; границы понятия аудитория. Уметь: определять области проектной деятельности (или приоритетные направления социально-культурного проектирования). Владеть: приемами анализа конкретной социокультурной ситуации
	УК-1.3 Разрабатывает сценарий реализации оптимальной стратегии решения проблемной ситуации с учетом необходимых ресурсов, достижимых результатов, возможных рисков и последствий	<i>Знать:</i> •подходы к анализу медиа аудитории. <i>Уметь:</i> •разрабатывать контент план медиапроекта с учетом целевой аудитории. Владеть: понятийным языком медиа теорий.
ПК-7 Способен рассчитывать и оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений	ПК-7.2 Умеет рассчитывать и оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений, способен спроецировать общие принципы менеджмента в области	<i>Знать:</i> •социокультурные особенности различных текстов, практик и технологий медиакультуры. Технологии медиаменеджмента в цифровой среде. <i>Уметь:</i> •применять различные подходы к

	культуры на специфику конкретной культурной среды или культурного учреждения	исследованию медиа аудитории. <i>Владеть:</i> •навыком поиска необходимых информационных ресурсов для проведения научного и практико-ориентированного исследования в сфере медиакультуры.
	ПК-7.3 Владеет навыками прогнозирования и оценки условий и последствий принимаемых организационно-управленческих решений.	<i>Владеть:</i> навыками прогнозирования и оценки условий и последствий принимаемых организационно-управленческих решений в сфере медиа коммуникаций

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Теории и практики исследования медиа аудиторий» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Исследование культуры в современном мире», «История и методология изучения культуры», «Теории и методы изучения массовой культуры», «Теории и практики медиа культуры», «Цифровая культура и общество», «Трансмедийный сторителлинг в цифровой среде».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Цифровые медиа в современных образовательных практиках», «Цифровые медиа в современной художественной культуре».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4,5	Лекции	8
4,5	Семинары/лабораторные работы	12
Всего:		20

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 88 академических часа.

3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие аудитории. Обзор подходов к анализу медиа аудиторий в XX веке

Возникновение «аудитории» как проблемного поля исследования в научных трудах и в маркетинговых практиках. Теории пропаганды (У. Липпман, Г. Лассуэлл). Теория «волшебной пули». Изучение воздействия рекламы.

Колумбийская эмпирическая школа. Количественный анализ аудитории медиа (П. Лазарфельд. Теория двухступенчатого информационного потока. Теория повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу).

Критика рационального подхода к взаимодействию между СМИ и аудиторией. Критика прямого воздействия на аудиторию. Переориентация с анализа самого медиасообщения на анализ потребностей и поведения людей, воспринимающих медиа.

Раздел 2. Анализ телевизионной аудитории

Специфика телевизионной культуры: технологии, институты, сообщения, аудитории, эффекты коммуникации. Принципы телевизионного программирования. Проблематика телевизионной аудитории. Факторы, которые рассматриваются при анализе телевизионной аудитории. Парадоксы телесмотрения (Шарииков А.В.).

Маркетологические исследования телевизионной аудитории. Сэмплинг, опросы, интервью. Аудиометр. Концепция «зрительского потока». Четыре эффекта поведения телезрителей: повторный просмотр, зрительский поток, копирование аудитории, эффект наследования. Теория пассивного выбора.

Подход cultural studies (Дж. Фиск) к исследованию телевидения. Позиция телезрителя.

Раздел 3. Анализ радио аудитории

Возникновение феномена радиослушательства. Исследование (исторических) практик радиослушания. Подходы к анализу аудитории радиослушателей в XX веке. Количественные и качественные подходы.

Раздел 4. Анализ аудитории печатной прессы

Специфика газеты как средства массовой коммуникации. Типология печатной периодики. Национальные и локальные издания: задачи и специфика. «Серьезная» журналистика и желтая пресса: особенности стилистики. Развлекательные форматы в печатной прессе.

Язык и риторика газет. Культурная семантика вербальных и визуальных кодов газет и журналов. Возможности дискурс-анализа для исследования газет.

Формирование повестки дня в печатных СМИ.

Раздел 5. Анализ аудитории пользователей сети Интернет

Количественные и качественные подходы к анализу аудитории интернет-пользователей. Феномен big data, способы сбора и интерпретации больших данных. Культурная аналитика (Л. Манович).

Изучение аудитории стриминговых сервисов. Сайты по сбору данных о просмотрах (напр., Flixpatrol).

4. Образовательные технологии

При реализации программы курса «Трансмедийный сторителлинг в цифровой среде» используются: проблемный метод изложения лекционного материала, метод группового взаимообучения, дискуссии магистрантов по наиболее сложным темам и проблемам на практических занятиях.

Самостоятельная работа магистрантов организуется с использованием ресурсов научной библиотеки РГГУ, свободного доступа к Интернет-ресурсам, а также – с освоением полнотекстовых материалов (монографий, статей), которые составляют электронный ресурс кафедры истории и теории культуры.

Магистрантам предоставляется возможность выступать с докладами на магистерских конференциях РГГУ, используя материалы курсы.

Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- устный опрос	3 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	3 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация – зачет		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно		не зачтено
0 – 19		F	

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне –</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		«высокий».
82-68/ С	хорошо/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Текущий контроль

Вопросы для устного опроса на практических занятиях:

1. Изучение эффектов пропаганды (Г. Лассуэл) (УК-1.2, УК-1.3)
2. Подход П. Лазасфельда к изучению медиа аудиторий (УК-1.2, УК-1.3)
3. Основные понятия социологических исследований медиа (УК-1.2, ПК-7.2)
4. Методы социологических исследований: включенное наблюдение, опросы, интервью, контент-анализ (УК-1.2, УК-1.3)
5. Основные группы подходов к изучению восприятия и познания (когнитивные подходы) (УК-1.2, ПК-7.2)
6. Особенности восприятия печатной, визуальной и аудиальной информации (УК-1.2, УК-1.3)

7. Теории информационной перегрузки (УК-1.2, УК-1.3)
8. Факторы становления программирования американских телесетей (УК-1.2, ПКУ-7.2)
9. Приемы телевизионного программирования на американском телевидении (УК-1.2, ПК-7.3)
10. Концепция «зрительского потока» (УК-1.2, УК-1.3)
11. Сэмплинг, опросы, интервью и другие способы анализа телевизионной аудитории (УК-1.2, ПК-7.3)
12. Парадоксы телепросмотра (по А.В. Шарикову)
13. Возникновение феномена радиослушательства. Изучение истории радиослушательства. (УК-1.2, УК-1.3)
14. Подходы к анализу радиослушания. (УК-1.2, УК-1.3)
15. Социология прессы и анализ читательской аудитории (УК-1.2, ПК-7.3)
16. Феномен big data (УК-1.2, УК-1.3)
17. Что такое Интернет-сэмплинг? (УК-1.2, ПК-7.3)
18. Количественные исследования с применением мобильных телефонов (УК-1.2, ПК-7.3)
19. Подход культурной аналитики (Л. Манович). Метод визуализации больших данных (УК-1.2, ПК-7.3)
20. Проблема интерпретации больших данных УК-1.3
21. Анализ коммуникации пользователей в цифровых медиа. Феномен виртуальных сообществ и способы их изучения. (УК-1.2, ПК-7.3)

Промежуточная аттестация (УК-1.3, ПК-7.3)

Промежуточная аттестация (зачет) представляет собой итоговый доклад-презентацию на одну из тем, рассмотренных в рамках дисциплины. Студенту необходимо продемонстрировать знание одного из подходов (или группы подходов) к анализу медиа аудиторий и продемонстрировать примеры подобных исследований. Оценивается умение пользоваться профессиональным языком и, в особенности, понятийным инструментом выбранной теории.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Основная литература:

1. Гостенина В. И. Социология массовой коммуникации : учебное пособие / Брянский государственный университет им. академика И.Г. Петровского. М.: Издательский дом «Альфа-М», 2009. – 352 с. http://library.lgaki.info:404/2017/Гостенина_Массовые_коммуникации.pdf
2. Зубок А.С. Телевизионная индустрия США : учебное пособие. – М.: Вузовский учебник, 2015. – 256 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1015084>
3. *Кирия И.В., Новикова А.А.* История и теория медиа: учебник для вузов. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 422 с. <https://znanium.ru/catalog/document?id=366912>
4. Медиа. Введение: Учебник для вузов / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли. Пер. с англ. - 2-е изд. - М., 2005. <https://znanium.ru/catalog/document?id=340897>
5. *Черных А.* Мир современных медиа. – Москва : Издательский дом «Территория будущего», 2007. – 312 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/149216>

Дополнительная:

1. Вьюгина Д.М. От аудитории к медиапотребителю: трансформация концепции аудитории в медиаисследованиях // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – №1. – Режим

- доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-auditorii-k-mediapotrebiteleyu-transformatsiya-kontseptsii-auditorii-v-mediaissledovaniyah>
2. Лассуэл Г. Техника пропаганды в мировой войне / Г. Лассуэл. – М.: 2021. – 237 с. – Режим доступа: http://inion.ru/site/assets/files/6020/2021_lassuell.pdf
 3. Манович Л. Как следовать за пользователями программ? // Философско-литературный журнал «Логос». – 2015. – №2 (104). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kak-sledovat-za-polzovatelayami-programm>
 4. Полуэхтова И.А. Исследования аудитории и медиапотребления в цифровой среде: методологические и практические проблемы // Медиаскоп. – 2016. – Вып. 4. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2199>
 5. Стребков Д.Ю. Исследование аудитории Интернета: методологические подходы, применяемые в российской практике. Интернет-конференция «Социология и Интернет: перспективные направления исследования», 15.11.04 — 18.02.05. Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/text/16216450/>
 6. Шариков А.В. Законы телеаудитории: опыт эмпирических исследований // Наука телевидения. – 2012. – №9. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zakony-teleauditorii-opyt-empiricheskikh-issledovaniy>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских занятий

Раздел 1. Понятие аудитории. Обзор подходов к анализу медиа аудиторий в XX веке

Семинар 1. Исследования эффектов пропаганды в сер. XX века

1. Эмпирико-функционалистская группа теорий медиа
2. Изучение эффектов пропаганды (Г. Лассуэл)

Семинар 2. Социологические подходы к исследованию медиа аудиторий

1. Основные понятия социологических исследований медиа
2. Методы социологических исследований: включенное наблюдение, опросы, интервью, контент-анализ

Семинар 3. Психолингвистические подходы к исследованию медиа аудиторий

1. Основные группы подходов к изучению восприятия
2. Особенности восприятия печатной, визуальной и аудиальной информации
3. Теории информационной перегрузки

Раздел 2. Анализ телевизионной аудитории

Семинар 4. Принципы телевизионного программирования

1. Факторы становления программирования американских телесетей
2. Приемы телевизионного программирования на американском телевидении
3. Концепция «зрительского потока»

Семинар 5. Эмпирические исследования телеаудитории

1. Сэмплинг, опросы, интервью и другие способы анализа телевизионной аудитории
2. Парадоксы телепросмотра (по А.В. Шарокову)

Тема 3. Анализ радио аудитории

Семинар 6.

1. Возникновение феномена радиослушательства. Изучение истории радиослушательства.
2. Подходы к анализу радиослушания.

Раздел 4. Анализ аудитории печатных медиа

Семинар 7.

1. Специфика газеты как средства массовой коммуникации. Особенности структуры, текстов и иллюстративного ряда.
2. Социология прессы и анализ читательской аудитории

Раздел 5. Анализ аудитории пользователей сети Интернет

Семинар 8. Количественные исследования новых медиа

1. Феномен big data
2. Интернет-сэмплинг
3. Количественные исследования с применением мобильных телефонов

Семинар 9. Качественные исследования новых медиа

1. Подход культурной аналитики (Л. Манович)
2. Метод визуализации больших данных.
3. Проблема интерпретации больших данных

Семинар 10. Исследование мнений и реакций онлайн-аудитории

Анализ коммуникации пользователей в цифровых медиа. Феномен виртуальных сообществ и способы их изучения.

9.2 Другие материалы

В ходе изучения дисциплины особое внимание следует уделить семинарским занятиям, как основной форме аудиторной работы и подготовке к ним. Система текущего контроля должна включать разные по форме и содержанию задания. Текущий контроль знаний и навыков магистрантов осуществляется на лекционных и семинарских занятиях. На семинарских занятиях магистранты должны продемонстрировать знание основных теоретических работ по медиакультуре и умение применять сформулированные в них положения при анализе конкретных текстов. Часть заданий предполагает индивидуальную или групповую работу по подбору источников, постановке проблемы, подбору литератур, анализу выбранного материала в связи с тематикой занятия, и представлению результатов в виде сообщения на семинаре.

Студенту, желающему углубить свои знания, предоставляется возможность расширить круг специализированного чтения за счет обращения к дополнительным источникам, указанным в программе курса. В процессе самоподготовки студенту следует: изучать и анализировать источники и научную литературу, рекомендованную преподавателем по программе курса; пользоваться ресурсами Интернета для самостоятельного поиска научной информации по курсу; обращаться за разъяснениями к преподавателю по вопросам курса, которые вызывают затруднение.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины состоит в том, чтобы сформировать у студентов представление о подходах к изучению аудитории традиционных и новых медиа, сформированных как в академической среде, так и в рамках прикладных, прагматических исследований XX-XXI вв.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть становление направления исследований медиа аудиторий;
- очертить спектр подходов к изучению аудитории традиционных медиа (радио, телевидение, печатная процесса);
- проблематизировать позицию зрителя/читателя/слушателя в контексте производства и восприятия медиатекстов;
- сформировать представление о подходах к изучению аудитории новых (цифровых) медиа.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:
знать:

- историю становления медиа и их аудитории;
- границы понятия аудитория;
- подходы к анализу медиа аудитории;
- технологии медиаменеджмента в цифровой среде.

уметь:

- определять области проектной деятельности (или приоритетные направления социально-культурного проектирования);
- разрабатывать контент план медиапроекта с учетом целевой аудитории осуществлять профессиональную и межкультурную коммуникацию по вопросам медиа культуры;
- ориентироваться в современном пространстве культурных цифровых практик;
- применять различные подходы к исследованию медиа аудитории.

владеть:

- приемами анализа конкретной социокультурной ситуации;
- понятийным языком медиа теорий;
- навыком поиска необходимых информационных ресурсов для проведения научного и практико-ориентированного исследования в сфере медиакультуры;
- навыками прогнозирования и оценки условий и последствий принимаемых организационно-управленческих решений в сфере медиа коммуникаций
- маркетинговых исследований в сфере культуры.